

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada Program Matakuliah Sehat 2014  
PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh :**

**MOHAMMAD HAMIM SULTONI**  
NIM: 11510087

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi pada Program Matakuliah Sehat 2014  
PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Malang)**

## SKRIPSI

Oleh

**MOHAMMAD HAMIM SULTONI**

NIM : 11510087

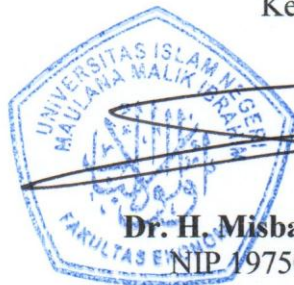
Telah disetujui pada 17 April 2015

Dosen Pembimbing,



**Muhammad Fatkhur Rozi, SE, MM**  
NIP 19760118 200901 1 003

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei**  
NIP 19750707 200501 1 005

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Pada Program Matakuliah Sehat 2014  
PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Malang)**

## SKRIPSI

Oleh:

**MOHAMMAD HAMIM SULTONI**  
NIM: 11510087

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Tanggal 24 April 2015

### Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji  
**Irmayanti Hasan, ST., MM** :  
NIP. 19770506 200312 2 001
2. Sekretaris/Pembimbing  
**Muhammad Fatkhur Rozi, SE., MM** :  
NIP. 19760118 200901 1 003
3. Penguji Utama  
**Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag** :  
NIP. 19620115 199803 1 001

### Tanda Tangan

(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)

Disahkan Oleh :  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Mubahul Munir, Lc., M.Ei** †  
NIP. 19750707 200501 1 005

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Hamim Sultoni

NIM : 11510087

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Studi pada Program Matakuliah Sehat 2014 PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Malang)**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 10 April 2015

Hormat Saya,



Mohammad Hamim Sultoni  
NIM : 11510087



## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Mohammad Hamim Sultoni
NIM	: 11510087
Jurusan/Prodi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi,	: Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Program Matakuliah Sehat 2014 PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan (full teks) demi proses penelitian dan studi keilmuan selanjutnya.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

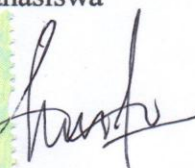
Malang, 04 Mei 2015

Dosen pembimbing



(Muhammad Fatkhur Rozi, SE, MM)  
NIP 19760118 200901 1 003

Mahasiswa



( Mohammad Hamim Sultoni )  
NIM. 11510096

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“Tidak untuk insan bertitel tinggi tapi kosong. Tetapi,  
khusus untukmu yang rela mengosongkan diri  
dan siap tenggelam dalam asyiknya  
hitam putih pemasaran”

## **HALAMAN MOTTO**

“Good companies will meet needs;  
Great companies will create markets”

-Dr. Philip Kotler-  
S.C. Johnson & Son Distinguished Professor of  
International Marketing at the Northwestern  
University Kellogg Graduate School of Management Chicago.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Studi pada Program Matakuliah Sehat 2014 PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Malang)”**

Shalawat dan salam senantiasa tercurah pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.. Secara khusus, kami ucapkan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak/Ibu dan pihak yang telah membantu dan mendampingi hingga terselesaikan dengan baik Skripsi ini sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Muhammad Fatkhur Rozi SE. MM selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala kesabaran dan ketulusannya membimbing serta mengarahkan penulis dari awal sampai proses paling akhir dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, yang telah membekali berbagai pengalaman dan pengetahuan selama penulis kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Pihak PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Yayasan Lions Club Malang, Yayasan Pendidikan Jatim dan Yayasan Petra Malang atas kesediannya dan dukungan menjadi objek dalam penelitian ini



7. Ayahanda Subaidi dan Ibunda Binti Nurhanik tercinta, terima kasih yang mendalam atas perjuangannya yang gigih membesarkan, mendidik, menyayangi serta mendo'akan ananda dengan tulus.
8. *My Little Brother* M. Ilham Ramadhana dan M. Ulil Albab Abdallah yang selalu menyemangati dan menginspirasi
9. Teman-teman seperjuangan konsentrasi pemasaran : Afifah, Faiz, Fella, Apin, Lely, Cupang, Bari, Mbah Hafid, Khafid, Frans, Ainul, Zulfikar, Amin, Ruslan, Eva, Dian, Alivia, Yoga, Muhlis, Zaim, Dewi, Cucu, Udin, Alva, Bisri, Evan, Zulfa, Umar, Ika, Mika, Eko, Tatak, Shovi, Desi, Hery, Faisol, Amrizal, Nadhif dan beberapa nama yang mungkin ketinggalan.  
*Good Luck Marketers !!*
10. Semua Teman-Teman Konsentrasi SDM dan Keuangan angkatan 2011.  
*You're Awesome, Guys !*
11. Teman-Teman Base Camp "BIDIKMISI" yang banyak memberikan pengalaman, berbagi makanan dan bertukar cerita.
12. Crew Enampagi Online Printing sekaligus *Best Couple*. Pak Muharrom Ainul Yaqin dan Ibu Vina Awanah.

Demikian, sepetah kata dari kami. Atas perhatian kami sampaikan terima kasih.

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	8

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.2.1.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.2.1.2 Aktivitas Program <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
2.2.2 <i>Cause Related Marketing</i> .....	23
2.2.2.1 Pengertian <i>Cause Related Marketing</i> .....	23
2.2.2.2 Prinsip <i>Cause Related Marketing</i> .....	26
2.2.3 Citra Perusahaan .....	28
2.2.3.1 Definisi Citra Perusahaan .....	28
2.2.3.2 Jenis-Jenis Perusahaan .....	29
2.2.3.3 Manfaat dan Elemen Citra Perusahaan .....	31
2.3 Korelasi dan Keterkaitan Antar Konsep .....	32
2.4 Kajian dalam Perspektif Islam .....	33
2.5 Kerangka Konseptual .....	34
2.6 Hipotesis Penelitian .....	37

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	39
3.2 Lokasi Penelitian .....	39
3.3 Populasi dan Sampel .....	40
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	41

3.5 Data dan Jenis Data .....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	43
3.8 Analisis Data .....	47
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.2 Karakteristik Responden .....	58
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.1.2.2 Berdasarkan Usia .....	60
4.1.2.3 Berdasarkan Asal Sekolah .....	61
4.1.3 Gambaran Distribusi Item .....	61
4.1.3.1 Variabel Bebas .....	62
4.1.3.2 Variabel Terikat .....	65
4.1.4 Uji Validitas dan Realibilitas .....	66
4.1.4.1 Uji Validitas .....	66
4.1.4.2 Uji Reliabilitas .....	68
4.1.5 Uji Asumsi Klasik .....	69
4.1.5.1 Multikolonieritas .....	69
4.1.5.2 Heteroskedastisitas .....	70
4.1.5.3 Autokorelasi .....	70
4.1.5.4 Uji Normalitas Data .....	71
4.1.6 Metode Analisis Data .....	72
4.1.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
4.1.6.2 Koefisien Determinasi .....	74
4.1.6.3 Pengujian Hipotesis .....	75
4.2 Pembahasan .....	79
4.2.1 Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan .....	79
4.2.1.1 Pengaruh Variabel <i>CSR Goals</i> .....	80
4.2.1.2 Pengaruh Variabel <i>CSR Issue</i> .....	82
4.2.1.3 Pengaruh Variabel <i>Corporate Relations Program</i> .....	84
4.2.2 Faktor Dominan yang mempengaruhi Citra Perusahaan ..	86
4.2.3 Tinjauan dari Perpektif Islam .....	87
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran .....	90
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 92
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Omset Penjualan Pasta Gigi Pepsodent .....	3
Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Isu Pemangku Kepentingan dalam CSR .....	21
Tabel 2.3 Perbedaan antara <i>Philanthropy</i> Perusahaan, <i>Sponsorships</i> dan <i>Cause- Related Marketing</i> .....	25
Tabel 2.4 Koefisien Estimasi Jurnal Penelitian oleh Andi Mapisangka .....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i> .....	44
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel <i>CSR Goals</i> .....	62
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>CSR Issue</i> .....	63
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Corporate Social Program</i> .....	64
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan .....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas I .....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas II .....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas .....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan) .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial) .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Domain .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk .....	58
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Format Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Format Kuesioner Lapangan
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 4 Output Uji Validitas dan Reliabilitas I
- Lampiran 5 Output Uji SPSS Keseluruhan
- Lampiran 6 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Program “Mataku Sehat 2014”
- Lampiran 9 Bukti Konsultasi Skripsi
- Lampiran 10 Biodata Peneliti

## ABSTRAK

Mohammad Hamim Sultoni. 2015, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Studi pada Program “Mataku Sehat 2014” PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Malang).

Pembimbing : Muhammad Fatkhur Rozi, SE, MM

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan

---

Tanggung jawab sosial saat ini sebagai respon perusahaan terhadap aspek lingkungan dan sosial masyarakat. Hal ini didasari oleh penetapan peraturan pemerintah dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 . Pada pelaksanaannya saat ini pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* tidak hanya sebagai tanggung jawab sosial. Tetapi, juga sebagai bentuk inti strategi pemasaran dalam menumbuhkan atau mempertahankan *image* perusahaan. Hal ini karena dalam program tanggung jawab sosial yang baik akan berdampak pada tumbuhnya kepercayaan dan hubungan baik dengan lingkungan dan masyarakat. Bahkan hasil riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* memaparkan bahwa sebanyak sekitar 66% responden siap berganti merk kepada perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif dalam bentuk program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh suatu program *CSR* terhadap citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memiliki hasil berupa kesimpulan yang memiliki sifat jelas dan pasti. Studi kasus dalam penelitian ini adalah program “Mataku Sehat 2014” diselenggarakan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Malang. Selain itu, pengumpulan data dilakukan pada siswa di SMA 2 YPK Jatim dan SMA Petra Malang, sebagai tempat pelaksanaan program *CSR* tersebut.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X3) berpengaruh signifikan dan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar 4,701 dengan signifikansi  $t$  sebesar 0,000. Sementara itu, *CSR Goals* dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,552 dengan signifikansi  $t$  sebesar 0,013 memiliki pengaruh signifikan. Sedangkan *CSR Issue* memiliki pengaruh tidak signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,411 dengan signifikansi  $t$  sebesar 0,682.



## ABSTRACT

Mohammad Hamim Sultoni. 2015, THESIS. Title: *“The Influence of Corporate Social Responsibility Program against Citra Perusahaan (Studi pada Program “Mataku Sehat 2014” PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Malang).*

Supervisor : Muhammad Fatkhur Rozi, SE, MM

Key Word : *Corporate Social Responsibility, Company Image*

---

The social responsibility nowadays is the company's response to the environmental and social aspects. It is based on the determination of government regulations in Article 74 of Act Number 40 Year 2007 on Limited Liability Companies. The implementation of Corporate Social Responsibility (the so called CSR) program presently is not only as a social responsibility but also as a core of marketing strategy in growing or maintaining the image of the company. Because in the good social responsibility program, it will impact on the growth of trust and good relationship with the environment and society. Even the results of research conducted by Roper Search Worldwide explained that as much as about 66% of respondents are ready to change brands to the companies that have a positive social image in the form of CSR program. Therefore, this research has an objective to determine the influence of CSR program against the image of the company.

This research uses a quantitative approach which has result in a clear and definite conclusion. The case studies in this research is the program "Mataku Sehat 2014" organized by PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Malang. In addition, the data collection is done on the students of SMA 2 YPK East Java and SMA Petra Malang, as the implementation of the CSR program.

The findings concluded that the variables of Corporate Social Responsibility (X3) are significantly takes effect and has the most dominant influence with the result *t count* of 4.701 with the significance *t* of 0.000. Meanwhile, CSR Goals with *tcount* of 2.552 with significance *t* of 0.013 have significant influence. While CSR Issue has no significant influence with *tcount* of -0.411 with significance *t* of 0.682.

## المستخلص

محمد حميم سلطان. 2015، بحث جامعي. موضوع: تأثير البرنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات للصورة الشركات (دراسة عن برنامج "2014 Mataku Sehat" في شركة ذات المسؤولية المحدودة Sumber Alfaria Trijaya مالانج).

مشرف : محمد فتح الرازي الماجستر

الكلمة الرئيسية : المسؤولية الاجتماعية للشركات، صورة الشركات

المسؤولية الاجتماعية اليوم هي الإستجابة الشركة للجوانب البيئية والاجتماعية. و تستند على تقرير التنظيم الحكومية في القانون رقم 40 لسنة 2007 بشأن الشركات ذات المسؤولية المحدودة المادة فصل 74. تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات اليوم ليس باعتبار مسؤولية اجتماعية فقط ولكن كشكل استراتيجية التسويق الأساسية في النمو أو الحفاظ صورة الشركة. لأن في برنامج المسؤولية الاجتماعية الجيدة التي من شأنها إما تأثير على نمو الثقة والعلاقة الجيدة مع البيئة والمجتمع. وأوضحت حتى نتائج البحوث التي أجريت من قبل روبر بحث في جميع أنحاء العالم أن تصل إلى حوالي 66٪ من أفراد العينة على استعداد لتغيير العلامات التجارية للشركات التي لديها صورة اجتماعية إيجابية في شكل برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبالتالي، فإن هذه الدراسة لديه هدف لتحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على صورة للشركة.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي الذي أدى إلى استنتاج الواضح والمحدد. دراسة الحالة في هذا البحث هو برنامج "2014 Mataku Sehat" الذي نظمه شركة ذات المسؤولية المحدودة Sumber Alfaria Trijaya مالانج. بالإضافة إلى ذلك، يتم جمع البيانات عن طلاب المدرسة الثانوية YPK 2 جاوة الشرقية والمدرسة الثانوية بترا مالانج ، وتنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وخلصت الدراسة إلى أن متغيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات ( $X_3$ ) هي التأثير الكبيرة و يحتوي على النفوذ الأبرز مع  $r$  ر ر عد من 4.701 إلى أهمية  $r$  0.000. وفي الوقت نفسه، أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات من 2.552 مع أهمية  $r$  0013 لها تأثيرة الكبيرة. في حين مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس لها تأثيرة الكبيرة من -0.411 مع أهمية  $r$  0.682.